


КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ІНСТИТУТ МИСТЕЦТВ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор
з науково-методичної та навчальної
роботи

Олексій ЖИЛЬЦОВ
«01» 09 2020 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«FASHION-ЖУРНАЛІСТИКА,
БЛОГЕРСТВО ТА
ВІЗУАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ»

для студентів спеціальності 022 «Дизайн»
освітнього рівня другого (магістерського)
освітньо-професійної програми 022.00.03 «Прогнозування моди»



Київ – 2020

Розробник: Наталія Лук'янець, викладач кафедри дизайну Інституту мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка

Викладач: Наталія Лук'янець, викладач кафедри дизайну Інституту мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка

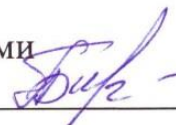
Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри дизайну Інституту мистецтв Київського університету імені Бориса Грінченка

Протокол від № 18 від «31» серпня 2020 р.

Завідувач кафедри дизайну  Наталія КРАВЧЕНКО

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми 022.00.03 «Прогнозування моди»

«31» серпня 2020 р.

Гарант освітньо-професійної програми 022.00.03 «Прогнозування моди»  Ліана БІЛЯКОВИЧ

Робочу програму перевірено

«__» _____ 2020 р.

Заступник директора з науково-методичної та навчальної роботи  Алла ТАРАННИК

Пролонговано:

На 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__»__ 20__ р., протокол № __

На 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__»__ 20__ р., протокол № __

На 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__»__ 20__ р., протокол № __

На 20__/20__ н.р. _____ (підпис) _____ (ПІБ), «__»__ 20__ р., протокол № __

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристики дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	вибіркова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів/годин	5/150	
Курс	6	
Семестр	11	
Кількість змістових модулів з розподілом	2	2
Обсяг кредитів	3	3
Обсяг годин, у тому числі:	90	90
<i>Аудиторні</i>	24	12
<i>Модульний контроль</i>	6	-
<i>Семестровий контроль</i>	30	-
<i>Самостійна робота</i>	30	78
Форма семестрового контролю	екзамен	екзамен

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни «Fashion-журналістика, блогерство та візуальні комунікації» є теоретико-практична підготовка студентів, яка забезпечує здатність студентів виконувати професійні завдання журналістської діяльності та передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій у сфері, пов'язаній з репрезентацією, аналітикою й прогнозуванням моди.

Вивчення курсу передбачає вирішення наступних **завдань**:

- скласти уявлення щодо професійного портрету fashion-журналіста у світовому контексті;
- осмислити fashion-журналістику як специфічну систему органів масової інформації, її особливості, загальні та спеціальні функції;
- оволодіти методами та жанрами fashion-журналістики;
- набути практичних навичок по написанню та візуальному оформленню прес-релізів, статей, аналітичних оглядів для fashion-журналів та онлайн-порталів;
- ознайомитися з класифікацією блогерських мереж в індустрії моди;
- визначити тенденції розвитку блогерських мереж різних типів
- навчитися правильно визначати та формувати контент.

Вивчення дисципліни «Fashion-журналістика, блогерство та візуальні комунікації» сприяє формуванню у студентів таких загальних та фахових **компетентностей**.

Загальні компетентності:

- *Світоглядна*: усвідомлення антисексизму, національної та гендерної рівності; здатність діяти з соціальною відповідальністю і громадянською свідомістю; знання і розуміння предметної області і розуміння професії; здатність до абстрактного та аналітичного мислення й генерування ідей.
- *Громадянська*: повага до Батьківщини, народу, держави, її символіки, традицій, мови; здатність цінувати і поважати національну своєрідність та

мультикультурність.

- *Комунікативна*: здатність до усного та письмового спілкування державною мовою; здатність спілкуватися іноземною мовою; здатність працювати у команді (творчому колективі); уміння мотивувати людей і досягати спільних цілей; здатність до конструктивної взаємодії з іншими людьми, незалежно від їх походження та особливостей культури, і поваги до різноманітності; здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

- *Інформаційна*: здатність знаходити, обробляти та аналізувати інформацію з різних джерел; здатність до розроблення і управління проектами; здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології; здатність працювати в міжнародному професійному середовищі; володіння інформацією щодо об'єктивного стану ринку дизайнерських послуг.

- *Науково-дослідницька*: здатність проведення досліджень на відповідному рівні; здатність генерувати нові ідеї (креативність).

- *Самоосвітня*: здатність навчатися та самонавчатися; розвиватися як мультикультурна творча особистість.

- *Універсальна*: здатність до планування та розподілу часу; здатність виявляти, ставити і вирішувати проблеми; здатність застосовувати знання на практиці; здатність приймати обґрунтовані рішення; здатність оцінювати і підтримувати якість роботи; спрямованість на розкриття особистісного творчого потенціалу та самореалізацію; прагнення до особистісно-професійного лідерства та успіху.

Фахові компетентності:

- *Організаційна*: здатність до співпраці з фахівцями інших спеціальностей; здатність до організації й виконання оригінальних творчих проектів у складі групи; здатність до організації та проведення творчих заходів мистецького спрямування.

- *Художньо-творча*: здатність розуміти і використовувати причинно-наслідкові зв'язки у розвитку дизайну і сучасних видів мистецтва; здатність до самостійної науково-дослідницької, організаційної діяльності у галузі дизайну.

- *Медіакомпетентність*: здатність бути носієм медіакультурних смаків і стандартів, ефективно взаємодіяти з медіапростором, створювати нові елементи медіакультури сучасного суспільства.

- *Управлінська*: здатність застосовувати комплекс методів і форм управління закладом культури та установ, пов'язаних з дизайнерською і прогностичною діяльністю, володіння високою методологічною культурою.

- *Аналітична*: на основі аналітичного вивчення fashion-комплексів вміти надавати обґрунтовану теоретичну інтерпретацію; надавати своїм розробкам професійну мотивацію та обґрунтування; описувати та аналізувати дискретні тренди елементів моди.

3. Результати навчання (знання, практичні навички та уміння):

Програмні результати навчання:

- Застосовувати концептуальні знання, набуті у процесі навчання та/або професійній діяльності на рівні новітніх досягнень, які є основою для оригінального мислення та інноваційної діяльності, зокрема в контексті аналітично-дослідницької прогностичної роботи.
- Організовувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері аналітики та прогнозування моди.
- Ефективно формувати комунікаційну стратегію; спілкуватися в діалоговому режимі з широкою науковою спільнотою, виробниками-практиками та громадськістю в галузі професійної діяльності.
- Аналізувати основні проблеми в сфері стратегічного розвитку індустрії моди, визначати найбільш ефективні шляхи їх вирішення.
- Володіти державною та однією з іноземних мов на рівні професійного спілкування та письмового перекладу.
- Демонструвати навички роботи в творчому колективі та генерувати нові ідеї (креативність)
- Використовувати поглиблені теоретичні і практичні знання з прогнозування моди, що відповідають новітнім науковим досягненням.
- Критично опрацьовувати проектний доробок українських та зарубіжних фахівців, застосовувати сучасні методики та технології наукового аналізу.
- Самостійно набувати і використовувати в практичній діяльності за допомогою інформаційних технологій нові знання та уміння, в тому числі нових галузей знань, які безпосередньо не пов'язані зі сферою діяльності, розширювати і поглиблювати свій науковий світогляд.
- Генерувати ідеї для продукування креативних проектних пропозицій, вибудовувати якісну та розгалужену систему комунікацій. Представляти результати діяльності у вітчизняному та зарубіжному професійному середовищі.

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів	Усього	Розподіл годин між видами робіт					Самостійна
		Аудиторна					
		Лекції	Семинари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
Змістовий модуль I. Розвиток візуальних комунікацій							
Тема 1. Візуальні комунікації: визначення, класифікація, історія розвитку, засоби та задачі візуальних комунікацій.	7	2					5
Тема 2. Візуальні тренди 2020: напрямки розвитку трендів візуальних комунікацій у 2020 році та огляд основних трендів	18	2	2	4			10
<i>Модульний контроль</i>	2						
<i>Разом</i>	27	4	2	4			15
Змістовий модуль II. Особливості візуальних комунікацій в індустрії моди							
Тема 3. Розширена реальність (XR) як засіб візуальних комунікацій. Інтерактивні візуальні комунікації: віртуальна реальність (VR), доповнена реальність (AR), змішана реальність (MR)	11	2	2	2			5
Тема 4. Візуальні комунікації в Fashion: як працювати з трендами, концептуальний візуальний контент, сторітелінг, візуальна концепція бренду.	18	2	2	4			10
<i>Модульний контроль</i>	4						
<i>Разом</i>	33	4	4	6			15
<i>Підготовка та проходження контрольних заходів</i>	30						
<i>Усього</i>	90	8	6	10			30

Тематичний план для заочної форми навчання

Назви змістових модулів	Усього	Розподіл годин між видами робіт					Самостійна
		Аудиторна					
		Лекції	Семинари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
Змістовий модуль I. Розвиток візуальних комунікацій							
Тема 1. Візуальні комунікації: визначення, класифікація, історія розвитку, засоби та задачі візуальних комунікацій.	20	2					18
Тема 2. Візуальні тренди 2020: напрямки розвитку трендів візуальних комунікацій у 2020 році та огляд основних трендів	24	2		2			20

<i>Модульний контроль</i>							
<i>Разом</i>	44	4		2			38
Змістовий модуль II. Особливості візуальних комунікацій в індустрії моди							
Тема 3. Розширена реальність (XR) як засіб візуальних комунікацій. Інтерактивні візуальні комунікації: віртуальна реальність (VR), доповнена реальність (AR), змішана реальність (MR)	22		2				20
Тема 4. Візуальні комунікації в Fashion: як працювати з трендами, концептуальний візуальний контент, сторітелінг, візуальна концепція бренду.	24	2		2			20
<i>Модульний контроль</i>							
<i>Разом</i>	46	2	2	2			40
<i>Підготовка та проходження контрольних заходів</i>							
<i>Усього</i>	90	6	2	4			78

5. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Розвиток візуальних комунікацій

Тема 1. Візуальні комунікації: визначення, класифікація, історія розвитку, засоби та задачі візуальних комунікацій (2 год.).

Лекція. Визначення та термінологія візуальних комунікацій. Які функції виконують візуальні комунікації. Історія розвитку та перші форми візуальних комунікацій. Експансія візуальної культури у двадцятому віці. Об'єкти, засоби та основні елементи візуальних комунікацій.

Основні поняття: модель Г. Лассвелла, суспільний вплив, зображення, символ, покажчик, цитата, причинно-наслідкові чи логічні зв'язки, сприйняття подібності, конвенція, образи, візуальна комунікація, функції, об'єкти та засоби.

Рекомендована література:

Основна: 4, 5, 6, 9

Додаткова: 1, 2, 3, 4, 7, 8, 10

Електронні джерела: 17

Тема 2. Візуальні тренди 2020: напрямки розвитку трендів візуальних комунікацій у 2020 році та огляд основних трендів (8 год.)

Лекція. 2020 рік стрімко рухається у футуристичному напрямку. Те, що здавалось неможливим, стане буденним і звичним, дизайнери продовжать вражати магією CGI-технології, а художники – робити усе, щоб максимально точно візуалізувати концепції та ідеї, які тільки зароджуються. Огляд трендів Depositphotos присвячений ідеям, темам, естетиці та майбутньому візуальної комунікації. Візуальні тренди 2020 року від Adobe Stock: візуальні тренди, тренди в дизайні, тренди в моушн-графіці,

Основні поняття: інсайт, розширена реальність (XR), диджиталізація, неонова антиутопія, штучний інтелект, баугаз, цифровий декаданс, бруталізм, іллюзія сприйняття, моушн-графіка.

Семінарське заняття 1. Візуальні тренди в соцмережах в 2020 році.

1. Дослідити які візуальні тренди є актуальними в 2020 році в соцмережах

(Інстаграм, Фейсбук, Телеграм та інші).

2. Скласти ТОП-10 візуальних трендів у соцмережах в 2020 році.
3. Дослідити чи є співпадіння з загальними візуальними трендами, опрацьованими на лекції.

Практична робота 1. Зробити презентацію у форматі pptx або відео-презентацію свого бренду (або колекції, або своїх послуг), використовуючи візуальні тренди 2020 року.

Практична робота 2. Підготувати три ілюстративних матеріали для публікації у соцмережі (це може бути: фото, малюнок, колаж, «мем» з використанням візуальних трендів у соцмережах).

Рекомендована література:

Основна: 2, 3, 5, 6, 7, 8, 12, 14, 16

Додаткова: 2, 6

Електронні джерела: 4, 5, 14, 15

Змістовий модуль 2. Особливості візуальних комунікацій в індустрії моди

Тема 3. Розширена реальність (XR) як засіб візуальних комунікацій.

Інтерактивні візуальні комунікації: віртуальна реальність (VR), доповнена реальність (AR), змішана реальність (MR) (6 год.)

Лекція. Розширена реальність (XR) буде однією з головних тем у 2020 році. Horizon від Facebook і оновлення Oculus Quest інтегрують віртуальну реальність у повсякденне життя. Ці технології не просто вплинуть на те, як ми проводимо дозвілля, спілкуємося і купуємо товари та послуги: приготуйтеся до занурення у віртуальне середовище у fashion, ритейлі, мистецтві, сфері розваг і навіть вдома. Впровадження діджитал-дизайну українськими брендами одягу та аксесуарів. Віртуальні покази, інтерактивні презентації, куровані покази у доповненій реальності на Українському Тижні Моди. Використання AR-масок в інстаграм українських та закордонних фешн-брендів. Реклама з елементами віртуальної реальності у fashion-індустрії.

Основні поняття: розширена реальність (XR), інтерактивні візуальні комунікації, віртуальна реальність (VR), доповнена реальність (AR), змішана реальність (MR), інстаграм-маски, інтерактивна презентація, AR-інтеграції, віртуальне фешн-шоу.

Семінарське заняття 2. Дослідити використання розширеної реальності (XR) як засобу візуальних комунікацій у світовому фешн-просторі за останній рік.

1. Дослідити які бренди та які саме засоби VR, MR, AR та інші використовували у рекламі та кампейнах, у своїх лукбуках.
2. Визначити основні тенденції.
3. Порівняти використання розширеної реальності (XR) як засобу візуальних комунікацій за кордоном та в Україні.

Практична робота 3. Розробити прототип AR-маски в інстаграм для власного бренду або для особистого акаунту.

Рекомендована література:

Основна: 2, 5, 6, 7, 10

Додаткова: 6

Електронні джерела: 4,5, 7, 14, 15

Тема 4. Візуальні комунікації в Fashion: як працювати з трендами, концептуальний візуальний контент, сторітелінг, візуальна концепція бренду (8 год.)

Лекція. Засоби візуальних комунікацій в fashion-індустрії. Тренди фешн-фотографій та ілюстрацій. Як працювати з референсами у модній зйомці. Використання нових можливостей візуальних комунікацій при створенні кампейнів, лукбуків, фешн-відео. Як використовують тренди візуальних комунікацій світові та українські бренди. Сучасний візуальний контент.

Основні поняття: цифровий принт, кампейн, мудборд, lookbook, fashion-ілюстрація, арт-ілюстрація, колаж, візуальний контент, візуальний сторітелінг.

Семінарське заняття 3. Дослідити основні тенденції та візуальні тренди у web-дизайні.

1. Навести 7-10 основних трендів у веб-дизайні.
2. Привести приклади використання основних тенденцій web-дизайну у fashion-сегменті.
3. Спрогнозувати три майбутніх тренди у веб-дизайні.

Практична робота 4. Створити 3 фешн-колажі, які проілюструють основні тренди 2020 року у fashion-індустрії з використанням актуальних візуальних трендів.

Практична робота 5. Розробити кампейн з використанням 1-3 візуальних трендів.

Рекомендована література:

Основна: 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 16

Додаткова: 5, 6, 9, 10

Електронні джерела: 1-17

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	2	2	2	2
Відвідування семінарських занять	1	1	1	2	2
Відвідування практичних занять	1	2	2	3	3
Відвідування лабораторних занять	1	Не передбачено навчальним планом			

Робота на семінарському занятті	10	21	10	2	20
Робота на практичному занятті	10	2	20	3	30
Лабораторна робота (в тому числі допуск, виконання, захист)	10	Не передбачено навчальним планом			
Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	3	15
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
	Разом	-	75	-	97
Максимальна кількість балів:	172 + 138 (бали за 10 семестр) = 310				
Розрахунок коефіцієнта:	310 : 60 = 5,17				
Екзамен:	40				

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

№	№ теми	Зміст завдання	Кільк. годин	Бал	Академічний контроль
ЗМ 1. Розвиток візуальних комунікацій					
1	Тема 1. Візуальні комунікації: визначення, класифікація, історія розвитку, засоби та задачі візуальних комунікацій.	Підготувати реферат на тему «Розвиток візуальних комунікацій у 21 столітті»	5	5	Лекція, семінарське заняття, практичне заняття модульний контроль
2	Тема 2. Візуальні тренди 2020: напрямки розвитку трендів візуальних комунікацій у 2020 році та огляд основних трендів	Дослідити як змінилися обкладинки фешн-видань під час карантину. Навести приклади та зробити висновки	10	5	Лекція, семінарське заняття, практичне заняття модульний контроль
		Зробити запрошення на свій показ з використанням візуальних трендів - анімація або відео, фото або ілюстрація.		5	
ЗМ 2. Особливості візуальних комунікацій в індустрії моди					
3	Тема 3. Розширена реальність (XR) як засіб візуальних комунікацій. Інтерактивні візуальні комунікації: віртуальна реальність (VR), доповнена реальність (AR), змішана реальність (MR)	Навести приклади віртуальних показів, інтерактивних презентацій на Тижнях Моди та окремих показах у 2020 році. 10 прикладів. Дослідити як вплинув карантин на впровадження VR у показах.	5	5	Лекція, семінарське заняття, практичне заняття модульний контроль
4	Тема 4. Візуальні комунікації в Fashion: як працювати з трендами, концептуальний візуальний контент, сторітелінг, візуальна концепція бренду.	Дослідити як українські та світові дизайнери використовують арт-проекти як засіб візуальних комунікацій. 5-7 прикладів.	10	5	Лекція, семінарське заняття, практичне заняття модульний контроль
		Опанувати на практиці візуальний сторітелінг у форматі відео з використанням		5	

		спецефектів, GIF, AR-фільтрів та інш. створити 3 сторіз		
	Усього		30	30

Критерії оцінювання самостійної роботи

5 балів – відмінний рівень виконання з можливими незначними недоліками.

4 бали – в цілому добрий рівень виконання з незначною кількістю помилок.

3 бали – посередній рівень знань виконання із значною кількістю недоліків.

2 бали – мінімально можливий допустимий рівень виконання.

Кількість балів залежить від виконання таких умов:

1. своєчасність виконання;
2. повнота обсягу виконання;
3. якість, охайність виконання;
4. самостійність виконання;
5. Творчій підхід та ініціативність

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Модульний контроль здійснюється окремо та складається з теоретичної частини (письмова робота) та творчих завдань (перегляд творчих робіт). Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Fashion-журналістика, блогерство та візуальні комунікації» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип поопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок. Модульний контроль проводиться у формі модульної контрольної роботи з урахуванням уніфікованої системи оцінювання навчальних досягнень студентів.

Змістовий модуль 1. Розвиток візуальних комунікацій Модульна контрольна робота №1

Надати визначення візуальним комунікаціям. Коротко охарактеризувати їх розвиток. Яке значення та вплив візуальні комунікації мають у індустрії моди. Розкрити взаємозв'язок між твором мистецтва, аудиторією, якій він адресований, засобами, що передають образ, автором твору і суспільством згідно моделі Г. Лассвелла. Зазначити основні засоби та канали візуальних комунікацій. Назвати основні тренди Візуальних комунікацій у 2020 році та зазначити які саме використовуєте особисто ви.

Змістовий модуль 2. Особливості візуальних комунікацій в індустрії моди

Модульна контрольна робота №2

Дати визначення Extended Reality (XR) та назвати напрямки, які

входять до XR. Навести приклади українських та світових брендів, які у 2020 році провели віртуальні покази та презентації. Які саме прийоми віртуальної та доповненої реальності використовуються останнім часом у fashion індустрії – зазначити з прикладами. Надати визначення візуальній концепції бренду. Які засоби найчастіше використовують дизайнери. Розшифрувати значення понять кампейн, лукбук, мудборд, референс. Як вплинув карантин на візуальні комунікації фешн брендів, які нові технології почали використовувати для зйомок.

Критерії оцінювання модульного контролю наведено у таблиці.

<i>Критерії оцінювання</i>	<i>К-ть балів</i>
Надано повні та змістовні відповіді на всі запитання МКР. Всі відповіді обґрунтовані та приведені конкретні приклади. Виявляє глибокі знання теоретичних питань дисципліни та демонструє чітке знання професійної термінології: візуальні комунікації, Extended Reality кампейн, лукбук, каталог, брендбук. Знається на головних трендах візуальних комунікацій та вміло їх інтегрує у свої творчі завдання. Може навести приклади успішних кейсів. Гарно орієнтується в візуальних трендах соцмереж та може примінити на практиці. При виконанні завдань проявив ініціативу, самостійність, нестандартний підхід до виконання, творче ставлення, здатність робити висновки й обґрунтовувати свою позицію на основі проведених спостережень.	21 – 25
Виконав весь обсяг роботи, але з незначними недоліками; володіє теоретичними знаннями та практичними вміннями на високому рівні. Надав не зовсім повну відповідь на запитання МКР, назвав не всі візуальні тренди, привів недостатню кількість прикладів конкретних кейсів, не висловив власну думку по деяким питанням. Продемонстрував старанність, самостійність, активність, відповідальне ставлення у процесі виконання завдання, здатність робити висновки на основі проведених спостережень.	17 – 20
Виконав весь обсяг роботи, але з певними недоліками. Не виявив творчого підходу, самостійності та ініціативи при виконанні завдання. Погано орієнтується в термінології та визначеннях, наводить дуже мало прикладів та кейсів у своїх відповідях. Погано орієнтується в трендах. Не завжди демонстрував здатність застосовувати практичні вміння під час виконання завдання модульного контролю. Виявив здатність грамотно, але недостатньо самостійно опрацьовувати матеріали. Продемонстрував старанність, відповідальне ставлення у процесі виконання завдань, але недостатньо виявив уміння обґрунтовано і самостійно робити висновки на основі проведених спостережень.	13 – 16
Завдання виконано в неповному обсязі, у процесі їх виконання допускалися помилки. Творче завдання виконано із значними недоліками, неохайно. Надано відповіді не на всі запитання. Не наведено конкретних прикладів та кейсів. Погано орієнтується в термінах та визначеннях, не володіє формулами. Не вміє інтегрувати теоретичні знання в практичні та творчі завдання.	9-12
Завдання виконано в неповному обсязі, у процесі їх виконання допускалися помилки. Зроблено неохайно. Надано відповіді не на всі запитання. Не наведено конкретних прикладів та кейсів. Погано орієнтується в термінах та визначеннях, не володіє формулами. Не вміє інтегрувати теоретичні знання в практичні.	5 – 8
Завдання виконано в неповному обсязі, у процесі їх виконання допускалися помилки. Творче завдання виконано із значними недоліками, неохайно.	1 – 4

Надано відповіді не на всі запитання. Не наведено конкретних прикладів та кейсів. Погано орієнтується в термінах та визначеннях, не володіє формулами. Не вміє інтегрувати теоретичні знання в практичні та творчі завдання.	
--	--

6.4 Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

В 11 семестрі семестровий контроль з дисципліни «Fashion-журналістика, блогерство та візуальні комунікації» проводиться в письмовій формі. Тематика, вимоги та критерії оцінювання семестрового контролю визначаються і затверджуються окремою програмою екзамену.

Оцінка за шкалою університету	Критерії оцінювання
36-40 балів	Виявляє глибокі знання теоретичних питань дисципліни: блогінг, модна журналістика, візуальні комунікації. Демонструє чітке знання професійної термінології: візуальні комунікації, Extended Reality, кампейн, лукбук, каталог, брендбук, прес-реліз, інтерв'ю, fashion-журналістика. Безпомилково визначає формули та правила: правило 5W, формула залученості Engagement rate, модель Г. Лассвелла. Знається на всіх головних трендах візуальних комунікацій. Може назвати всі головні Тренди соцмереж (Instagram, Facebook, Pinterest)
33-35 балів	Виявляє добрі знання теоретичних питань дисципліни: блогінг, модна журналістика, візуальні комунікації. Демонструє хороші знання професійної термінології: візуальні комунікації, Extended Reality, кампейн, лукбук, каталог, брендбук, прес-реліз, інтерв'ю, fashion-журналістика. Може визначити формули та правила: правило 5W, формула залученості Engagement rate, модель Г. Лассвелла. Знається на більшості головних трендів візуальних комунікацій. Може назвати головні Тренди соцмереж (Instagram, Facebook, Pinterest)
30-32 балів	Виявляє непогані знання теоретичних питань дисципліни: блогінг, модна журналістика, візуальні комунікації. Демонструє задовільні знання професійної термінології: візуальні комунікації, Extended Reality, кампейн, лукбук, каталог, брендбук, прес-реліз, інтерв'ю, fashion-журналістика. Може визначити не всі формули та правила. Погано орієнтується в головних трендах візуальних комунікацій. Частково може назвати тренди соцмереж (Instagram, Facebook, Pinterest).
24-29 балів	Виявляє поверхневі знання теоретичних питань дисципліни. Демонструє задовільне знання професійної термінології. Може назвати тільки декілька трендів соцмереж та візуальних трендів.
0-23 балів	Виявляє поверхневі знання теоретичних питань дисципліни. Плутається у професійній термінології. Зовсім не орієнтується в трендах соцмереж та візуальних комунікацій.

6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю

1. Виберіть правильний варіант визначення понять «логограми» та «ідеограми»
2. До складу видавничого будинку BURDA.Ua входять такі видання та сайти
3. До складу видавничого будинку Hearst Shkulev Ukraine входять такі видання та сайти

4. Якою має бути структура прес-релізу?
5. Що таке едіторіал?
6. Формула залученості Engagement rate (у блогінгу)
7. Найпершою рекламною кампанією в TikTok вважається кейс якого бренду?
8. Головні тренди 2020 року у Pinterest?
9. Головні тренди Instagram 2020 року
10. Головні візуальні тренди 2020 року по версії Depositphotos
11. Перелік візуальних трендів Adobe Stock
12. Назвіть блогерські платформи та соцмережі
13. Оберіть правильний та повний варіант з основними порадами від Еви Чен для фешн-брендів
14. Розкрити взаємозв'язок між твором мистецтва, аудиторією, якій він адресований, засобами, що передають образ, автором твору і суспільством згідно моделі Г. Лассвелла.
15. Надайте визначення терміну «серійний скіммер» (serial skimmer)
16. Осмислення світу, який ми сприймаємо візуально, відбувається такими шляхами?
17. Функціями будь-яких комунікацій, в тому числі і засобів візуальних комунікацій, є?
18. Хто саме винайшов книгодрукування як технологію?
19. Надайте визначення скевоморфізму (англ. Skeuomorph (скюаморф); грец. Σκεῦος)
20. Розшифруйте JOMO?
21. Що таке імерсивні технології?
22. Оформлення вітрини спрямоване на вирішення таких завдань магазину.
23. Види прес-релізів
24. Класична класифікація жанрів у журналістиці
25. Правило 5W (лід, прес-реліз)
26. Який принцип втілює «Стиль Баугаузу»?
27. Назвіть тренди моушн-графіки, спрогнозовані Adobe Stock
28. Назвіть тренди у дизайні від Adobe Stock
29. Ознаки якісного релізу
30. Перелік контрольних питань для інтерв'ю друківаним ЗМІ.
31. Назвіть відмінність брендбуку від фірмового стилю.
32. Креативна концепція бренду це?
33. Дайте визначення візуальній концепції бренду
34. Виберіть правильний варіант тлумачення понять кампейн, лукбук, каталог
35. Яка головна мета кампейну?
36. Які позиції мають потрапити у лукбук?
37. Які ракурси мають бути присутніми у каталозі. Який фон рекомендовано використовувати на зйомках каталогу?
38. Виберіть правильний варіант тлумачення визначень RR (real reality), VR (virtual reality), AR (augmented reality), MR (mixed reality) XR (extended reality)

39. Дати визначення терміну “візуальна комунікація”

40. Ми в змозі запам’ятати певний процент побаченого, прочитаного та почутого. Оберіть правильний варіант з розподілом процентів.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
A	90-100 балів	Відмінно – відмінний рівень знань (умінь) в межах обов’язкового матеріалу з можливими незначними недоліками.
B	82-89 балів	Дуже добре – достатньо високий рівень знань (умінь) в межах обов’язкового матеріалу без суттєвих (грубих) помилок.
C	75-81 балів	Добре – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок
D	69-74 балів	Задовільно – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності.
E	60-68 балів	Достатньо – мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)
FX	35-59 балів	Незадовільно з можливістю повторного складання – незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання за умови належного самостійного доопрацювання
F	1-34 балів	Незадовільно з обов’язковим повторним вивченням курсу – досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни

7. Навчально-методична карта дисципліни « Fashion-журналістика, блогерство та візуальні комунікації»

Модулі	Модуль 1		Модуль 2			
Назва модуля	Розвиток візуальних комунікацій		Особливості візуальних комунікацій в індустрії моди.			
Лекції	1	2	3	4		
Теми лекційних занять	Візуальні комунікації: визначення, класифікація, історія розвитку, засоби та задачі візуальних комунікацій	Візуальні тренди 2020: напрямки розвитку трендів візуальних комунікацій у 2020 році та огляд основних трендів	Розширена реальність (XR) як засіб візуальних комунікацій. Інтерактивні візуальні комунікації: віртуальна реальність (VR), доповнена реальність (AR), змішана реальність (MR)	Візуальні комунікації в Fashion: як працювати з трендами, концептуальний візуальний контент, сторітелінг, візуальна концепція бренду		
	<i>1 бал</i>	<i>1 бал</i>	<i>1 бал</i>	<i>1 бал</i>		
Теми семінарів	-	Візуальні тренди в соцмережах в 2020 році	Дослідити використання розширеної реальності (XR) як засобу візуальних комунікацій у світовому фешн-просторі за останній рік.	Дослідити основні тенденції та візуальні тренди у web-дизайні		
	-	<i>1 б.+10 б. за роботу</i>	<i>1 бал+10 балів за роботу</i>	<i>1 бал+10 балів за роботу</i>		
Теми практичних занять		Зробити презентацію у форматі pptx або відео-презентацію свого бренду (або колекції, або своїх послуг), використовуючи візуальні тренди 2020 року	Підготувати три ілюстративних матеріали для публікації у соцмережі (це може бути: фото, малюнок, колаж, «мем» з використанням візуальних трендів у соцмережах)	Розробити прототип AR-маски в інстаграм для власного бренду або для особистого акаунту	Створити 3 фешн-колажі, які проілюструють основні тренди 2020 року у fashion-індустрії з використанням актуальних візуальних трендів	Розробити кампейн з використанням 1-3 візуальних трендів
	-	<i>1 б.+10 б. за роб.</i>	<i>1 б.+10 б. за роб.</i>	<i>1 б.+10 б. за роб.</i>	<i>1 б.+10 б. за роб.</i>	<i>1 б.+10 б. за роб.</i>
Самостійна робота	<i>ПП 6.2 (5 балів)</i>	<i>ПП 6.2 (10 балів)</i>		<i>ПП 6.2 (5 балів)</i>	<i>ПП 6.2 (10 балів)</i>	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота <i>(25 балів)</i>			Модульна контрольна робота <i>(25 балів)</i>		
Бали за модуль	75			97		
Підсумковий рейтинговий бал	172 бали + 138 (бали за 10 семестр) = 310 балів (коефіцієнт успішності: 310 : 60 = 5,17)					
Форма підсумкового контролю	Екзамен – 40 балів					

8. Рекомендована література

Основна

1. Астахова Олена. Рисуйте как fashion дизайнер. Уроки визуального стиля/ Астахова О. – М: Манн, Иванов и Фербер, 2019 – 144 с.
2. Блэкман Келли 100 Years of Fashion Illustration/ Келли Блэкман – Англія: Laurence King, 2017, 384 с. – Режим доступу: <http://elib.kubg.edu.ua/5317/>
3. Гленвилл Тони New Icons of Fashion Illustration/ Тони Гленвилл – Laurence King Publishing – 2013, 224 с
4. Голуб О. Ю. Теория коммуникации: Учебник / О. Ю. Голуб, С. В. Тихонова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко », 2011. – 388 с. Режим доступу: <https://studopedia.org/2-60579.html>
5. Елина Е. А. Семиотика рекламы: Учебное пособие / Е. А. Елина. – 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко », 2011. – 136 с
6. Квіт С.М. Масові комунікації: підручник для студентів ВНЗ/ С.М Квіт – К.: Києво-Могилянська академія, 2008 – 206 с. Режим доступу: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/1090/Kvit_%20ass%20Communications.pdf;jsessionid=C0395694B842F2C22E3FF851DB83CEE7?sequence=1
7. Кипер Анна Фэшн-иллюстрация. Вдохновение и приемы/ Анна Кипер – Поппури 2019, 144 с
8. Кортленд Л. Бове У., Аренс Ф. Современная реклама / Издательский Дом Довгань, 1995, 704 с.
9. Лаптев В.В. Изобразительная статистика. Введение в инфографику [Текст] / В.В. Лаптев. – Спб.: Эйдос, 2012. – 180 с.
10. Номейн А. Типы визуального контента, повышающие продажи [Текст] / А. Номейн. – М.: Издательские решения, 2017. – 18 с.
11. Овруцкий А.В. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне/ В.О. Пигулевский, А.В. Овруцкий – Х: Гуманитарный центр, 2015 – 432 с. – Режим доступу: <http://elib.kubg.edu.ua/5256/>
12. Райс Л. Визуальный молоток. Как образы побеждают тысячи слов / Лаура Райс – М: Манн, Иванов и Фербер, 2014 – 172 с.
13. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов – М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер» – 2002. – 352 с. 4. Режим доступу: https://www.studmed.ru/view/pochepcov-gg-kommunikativnye-tehnologii-20-veka_bae23d629ff.html
14. Станишевская Л.С. Визуальные коммуникации в дизайне/ Л. С. Станишевская, Е. С. Левковская, Учебно-методическое пособие, Благовещенск Издательство АмГУ 2017 Режим доступу: https://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/7693.pdf
15. Удріс Н. Візуалізація комунікативної практики як домінанта соціальної комунікації першого десятиріччя ХХІ ст. / Наталя Удріс // Наукові праці: науково-методичний журнал. – Вип.199. Т.211. Соціологія. – Миколаїв: Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2013. – С. 38–43. Режим доступу: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi->

bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Npchdusoc_2013_211_199_9

16. Эдвардс М. Визуальные коммуникации. Как убеждать с помощью образов / Марк Эдвардс – М: Эксмо, 2019 – 157 с.

Додаткова

1. Агеев, В. Семиотика [Текст] / В. Агеев. – М.: Весь мир, 200
2. Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. Серия: Практическая журналистика – М.: РИП-холдинг, 2003, 174 с.
3. Виноградов П. Визуальная культура личности: генезис, структура и функции / Павел Виноградов [Электронный ресурс] // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2010. – № 136.
4. Коллектив авторов Эффективные коммуникации. Harvard Business Review – Альпина Паблишер, 2018, 200 с
5. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.
6. Минервин Г. Б. Дизайн. Иллюстрированный словарь-справочник/ Г. Б. Минервин, В. Т. Шимко, А. В. Ефимов [и др.]/ Под общ.ред. Г.Б. Минервина и В.Т. Шимко. – М.: Архитектура-С, 2004. – 288 с., ил.
7. Порозов Р.Ю.. Антропологический смысл категории «визуальные коммуникации» начная статья по теме «Модель визуализации текстов культуры: анализ и интерпретация»
8. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, К. : Ваклер, 2001. – 656 с.
9. Саленбахер Юрген Creative personal branding- М: Манн, Иванов и Фербер, 2018 – 240 с.
10. Симакова С.И. Инфографика как способ визуализации журналистского контента [Текст] / С.И. Симакова // Знак: Проблемное поле медиаобразования. – 2015. – №1 (15). – С. 34-40.

Інформаційні ресурси

1. <https://www.23-59.ua>
2. <https://www.bazilik.media>
3. <https://www.buro247.ua>
4. <https://www.depositphotos.com>
5. <https://goldwebsolutions.com/uk/blog>
6. <https://elle.ua>
7. <https://www.fashionweek.ua>
8. <https://harpersbazaar.com.ua>
9. <https://www.jetsetter.ua>
10. <https://www.marieclaire.ua>
11. <https://officiel-online.com>

12. <https://orest.com.ua>
13. <https://www.pinterest.com>
14. <https://www.vc.ru>
15. <https://www.vctr.media>
16. <https://vogue.ua/>
17. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Блог>